Association Cévennes écotourisme

Compte-rendu

ASSEMBLÉE GÉNÉRALE 06 FÉVRIER 2014 SAINT JEAN DU GARD

Siège administratif : 1 place Paul Comte - 48400 Florac - 04 66 45 12 44
E mail : info@cevennes-ecotourisme.com
www.cevennes-ecotourisme.com

Elle s'est tenue à la salle municipale Mont Brion, à St Jean du Gard le jeudi 06 février 2014, nous remercions la Mairie de St Jean pour la mise à disposition gracieuse des locaux.

Etaient présents :

Adhérents :
Didier Bourquardez, Cendrine Ribière, Séverine Kieffer, Lucile Pantel, Eva Roelofsen, Magali Castelly, Johan Grassin, Anna Cuquemelle, Marie Gimenez, Marc Mollaert, Stéphane Dupré, Anne Benon, Bertrand Leloup, Claudie Martin, Dominique Bugeau, Nicole Steiner, Stephan Steiner, Dominique Van Weddingen, Henk-Jan Spruijt, Régis Prunier, Daniel Amoros, Danielle Dumarcet, Marlen Guerra, Jonas Nivon, Nathalie Maurin, Agnès Bruckin, Nicholas Bruckin, Florence Faidherbe, Sabine Leroy, Sylvie Reymond, Antoine Brumelot, Stéphanie Schirmer, Alain Lagrave, Nathanael Pfister.

Via les pouvoirs:
Anne-Marie Marin, Virginie Boyne, Denis Dessaint, André Roux, Laurence Tirfort

Adhérents potentiels:
Julien Leuridan, Gaëtan Schaff, Rebecca Clémeçon, Nathalie Goutet

Partenaires :
Lucien Affortit, Vice-président du Conseil Général du Gard, Président de la Commission Tourisme du PnC
Bruno Daversin, Chargé de mission Tourisme Durable, Parc national des Cévennes,
Brigitte Matthieu, Technicienne Accueil Sensibilisation, PnC,
Laurent Bélier, Technicien Accueil Sensibilisation, PnC,
Caroline Vidal-Sals, Comité Départemental du Tourisme de la Lozère,
Franc Barreda, DIRECCTE Languedoc Roussillon,
David Coste, Cabinet Mission Tourisme
Aurélien Touzard, Boutique de gestion

Permanents de l'association :
Virginie Boucher, Maëlle Binot, Anne-Laure Saby

Ouverture de cette 13 ème assemblée générale par le mot d'introduction de Monsieur Affortit Vice-Président du Conseil Général, Président de la commission Tourisme du PnC:

"*St Jean du Gard est un village dont on trouve la 1ère mention en 1100…ce sont des Bénédictins qui ont fondé St Jean dont il reste aujourd'hui la tour. Il y a eu une période industrielle avec 24 filatures de soie. La dernière a fermé en 1965 à Maison Rouge où sera transféré prochainement le Musée des Vallées Cévenoles. Puis d'autres industries ont vu le jour: des exploitations de tanin, puis des industries de fabrication de vêtements pour l'armée, puis de fabrication de jeans.*
Ensuite, on s'est tournés vers le tourisme. On parle du triangle d'or reliant Anduze, St Jean et Mialet. Il y a 6 ou 7 sites majeurs avec 800 000 visiteurs par an (la Bambouseraie, le Musée du Désert, la grotte de Trabuc). A St Jean du Gard, il y a 2800 personnes en hiver et il faut multiplier par 4 ou 5 en été. On a 250 à 280 forrains au marché du mardi (de 7h à 15h).
On a 2 adhérents de Cévennes écotourisme sur la commune de St Jean. CET prend une importance fabuleuse sur l'ensemble des parcs naturels au niveau européen."

RAPPORT MORAL

Nathanaël Pfister, Président de l'association

"*Je goûte depuis peu aux joies de la paternité, j'ai clôturé ce rapport à 7h00 ce matin. Comme chaque année, je serai bref, vous l'aurez compris, je ne suis pas homme de discours, le rapport d'activité est fort complet, le programme chargé il est donc inutile d'être redondant.*

Je tiens à commencer par remercier l'équipe salariée de Cévennes Écotourisme, pour son implication sans faille dans la vie de l'association, équipe qui a connu cette année des changements, internes tout d'abord avec des changement de postes, et puis le souhait de Laurène de partir, remplacée par Anne-Laure qui a su trouver sa place, et l'arrivée de Kathy.

12 ans,

12 ans que Cévennes écotourisme porte la CETD sur le territoire, récompensé cette année par Europarc pour cette implication, je n'ai pu me rendre à Bruxelles à cette occasion, étant retenu par la proximité de la naissance de ma fille, mais Dominique et Virginie nous y ont représenté, et seront plus à même que moi de vous en parler.

12 ans d'accompagnement dans une démarche de progrès, et nous allons voir maintenant l'imbriquement de CETD et de la marque Parc (je vous rassure, il ne sera pas nécessaire de faire des plans d'actions sur 12 ans pour pouvoir accéder à la marque Parc)

J'espère que cette marque Parc sera une occasion d'élargir le réseau à d'autres acteurs du territoire, qui bénéficient de façon plus ou moins directe du tourisme (commerçants, agriculteurs) afin de travailler de façon concertée et de pouvoir encore améliorer l'approvisionnement local.

12 ans, et nous avons voulu travailler sur l'accessibilité, le « pour tous », tant pour optimiser nos outils existants et les rendre plus accessibles, que par la création d'outils nouveaux.

12 ans et toujours des nouveaux outils, comme le carnet d'accueil

12 ans et un travail sur le projet associatif, travail qui va se continuer cet après midi, et qui aidera à fixer le cap des années suivantes.

12 ans, toujours une centaine d'adhérents, et malheureusement un peu toujours les mêmes que nous voyons s'investir, je le dit chaque année, mais une association ne vit que par le militantisme de ses adhérents, aussi j'invite l'ensemble des membres à s'investir d'avantage, que ce soit par la participation physique aux réunion que via internet, nous allons essayer de plus travailler par vidéo conférence, afin que le territoire ne soit pas un obstacle, les tentatives actuelles montrent qu'un casque et un micro ne sont pas un luxe si on veux avoir une conversation de qualité.

12 ans, que l'association existe grâce à ses adhérents, mais aussi aux différents financements que nous percevons, et aux financeurs je tiens à dire que leur argent est bien investi, puisque nous avons un important effet de levier en investissements locaux par nos adhérents.

12 ans et souvent plus, que nos adhérents travaillent à un monde meilleur, investissant dans l'écologie de leur structure sans forcément en attendre une rentabilité économique directe (ex épuration phyto).

12 ans que nous nous sommes engagés dans cette démarche, et nous somme toujours pilotes en la matière, régulièrement sollicités par d'autres parcs ou associations pour des interventions, reconnaissance de notre savoir faire.

Je cède maintenant la parole à Virginie pour le rapport d'activité."

Virginie Boucher prend la parole et remercie les participants.
Elle annonce le déroulement de cette journée.

LE MATIN, AVEC LES PARTENAIRES

9h45- 11h45 : Présentation des rapports

Rapport moral
Présentation illustrée des rapports 2013
Présentation illustrée du budget prévisionnel et des actions 2014
Vote des rapports

11h45- 12h15 : Echanges et discussions avec les partenaires

PnC

12h15-12h30 :

Renouvellement des membres démissionnaires du Conseil d'Administration

12h30- 14h00 : Apéritif - buffet participatif avec les partenaires et **réélection du bureau** en parallèle

L'APRES MIDI, AVEC LES ADHÉRENTS

14h00-16h00 Projet associatif et perspectives d'avenir (Dispositif Local D'Accompagnement)

Présentation du travail sur le projet associatif **Intervention de M. *Coste du cabinet « Mission tourisme »***
Discussion associative
Décisions

16h00 Clôture de l'assemblée générale

RAPPORT D'ACTIVITES

Virginie Boucher, Maëlle Binot, Anne-Laure Saby, salariées

Point sur l'association Cévennes écotourisme

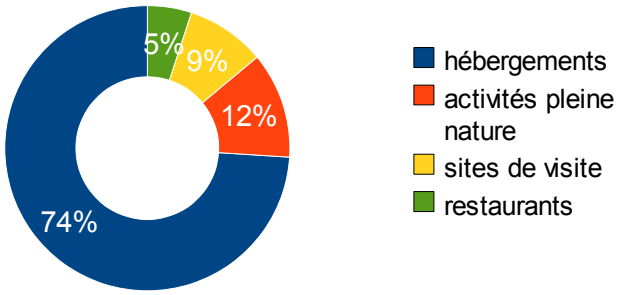
Objet et missions de l'association

Depuis 2001, Cévennes écotourisme est engagé au côté du PnC dans une démarche de qualification et de structuration d'une offre touristique durable par la mise en réseau et l'accompagnement de professionnels autour du projet Charte Européenne du Tourisme Durable dans les espaces protégés.

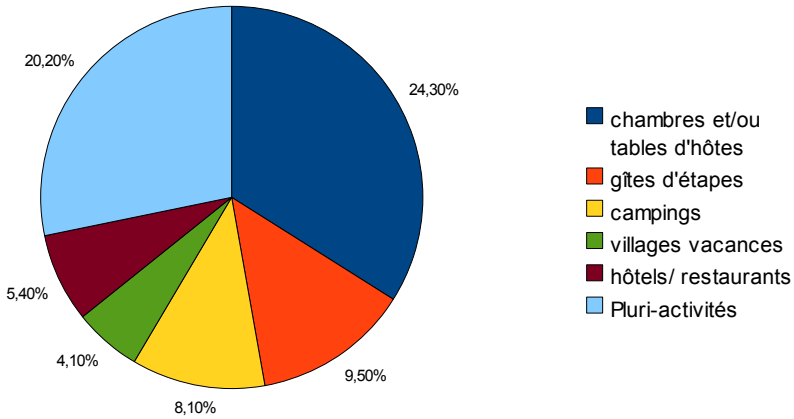
Le réseau de professionnels

Au 31 décembre 2013, le réseau regroupe 98 structures touristiques réparties sur le territoire du Parc national des Cévennes (GARD et LOZERE). En 2013, nous avons accueilli 8 nouveaux membres et constaté le départ de 4 adhérents pour cause de revente et/ou de fin d'activité.

Composition du réseau



Répartition des hébergeurs du réseau



Le conseil d'administration

Le Conseil d'administration est composé de 11 membres, tous professionnels du tourisme. Le Bureau et le Conseil d'Administration se sont réunis 5 fois dans l'année afin de conduire la stratégie de l'association.

Le conseil est informé et/ou consulté toutes les quinzaines suite à la réunion de l'équipe. Nous avons poursuivi le mode de consultation électronique via des votes par internet.

L'équipe

Une salariée nous a quitté cette année (Laurène Grangette) et ont rejoint l'équipe Anne Laure Saby et Kathy Colomb.

Au 31 décembre 2013, l'équipe de permanents est constituée de 4 salariées pour 2.9 ETP qui sont répartis comme suit :

- Virginie Boucher, coordinatrice association (80 %)
- Maëlle Binot, chargée de mission (80 %)
- Anne Laure Saby, chargée de mission (100%)
- Kathy Colomb, assistante administrative et comptable (30%)

Sur l'ensemble de l'année les ETP s'élèvent à 2.68 ETP en moyenne

Deux salariés ont bénéficié de formations professionelles cette année:

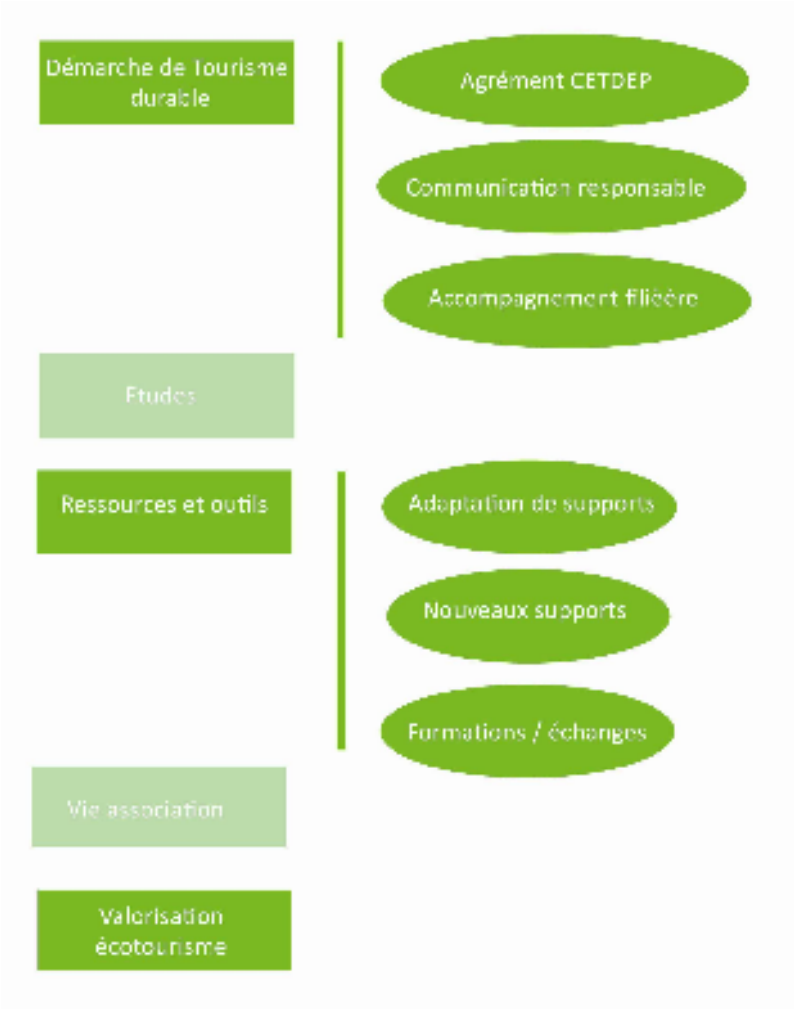
Laurène a bénéficié de 6 jours de formation externe.

Maëlle a bénéficié de 5 jours de formation interne.

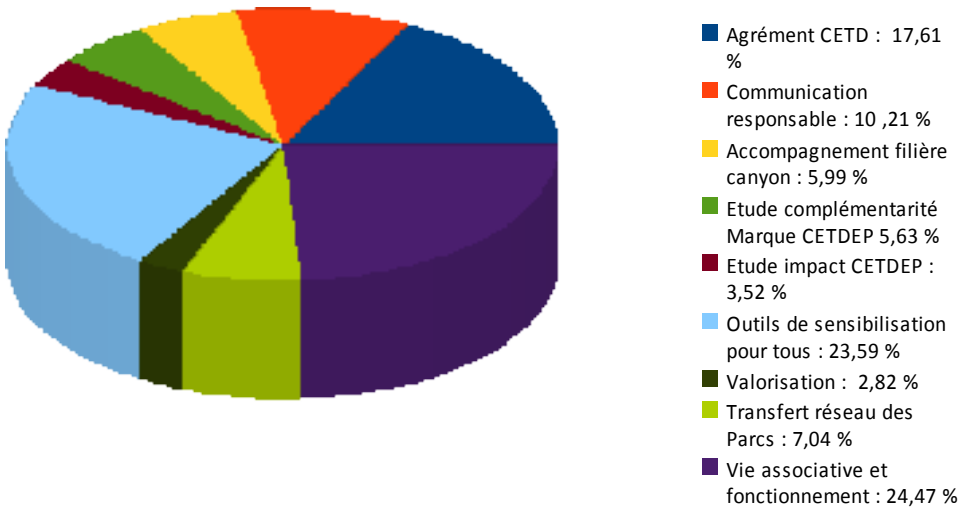
Suite aux entretiens individuels des salariés, CET a lancé un travail de réorganisation interne de l'équipe.
L'association a redéfini l'ensemble des missions et leur temps de travail correspondant, ce travail a permis de :

- proposer de nouveaux scénarios d'organisation et de répartition des tâches,
- diminuer le temps de travail de Laurène suite à sa demande,
- proposer de nouvelles missions à Maëlle suite à sa demande. Cette dernière a en effet quitté son poste d'assistante administrative / comptable en juillet 2014 pour devenir chargée de mission sur la CETD et l'accompagnement des professionnels (opération Massif central),
- concevoir un outil de suivi très détaillé par poste et par missions,
- d'avoir une visibilité sur l'année en terme d'organisation interne.

L'organigramme des missions de CET



La répartition de temps de travail par mission


Agrément CETD : 17,61 %
Communication responsable : 10 ,21 %
Accompagnement filière canyon : 5,99 %
Etude complémentarité Marque CETDEP 5,63 %
Etude impact CETDEP : 3,52 %
Outils de sensibilisation pour tous : 23,59 %
Valorisation : 2,82 %
Transfert réseau des Parcs : 7,04 %
Vie associative et fonctionnement : 24,47 %

Acompagnement dans la démarche de tourisme durable du PnC

Objectifs :

- Sensibiliser les acteurs du tourisme aux enjeux de l'écotourisme
- Améliorer la qualité de l'accompagnement (individuel et collectif) au titre du Tourisme Durable
- Elargir le réseau des entreprises engagées dans une démarche de tourisme durable en partenariat avec l'espace protégé (individuel ou collectif)
- Améliorer la qualification tourisme durable et favoriser l'émergence de la destination touristique « Parc national »
- Inciter les adhérents à communiquer de manière optimale sur leur engagement aux côtés du Parc national des Cévennes

Cible

- Professionnels du tourisme engagés au côté du PnC

Moyens mis en œuvre

1 Accompagnement individuel des professionnels dans la démarche d'agrément CETDEP

Descriptif de l'action et résultats

- Réponse individuelle aux demandes d'information (20 demandes)
- Sensibilisation de 20 entreprises touristiques en rendez-vous individuels

Le faible taux d'engagement est notamment lié à l'objectif initial qui était de 10 nouveaux engagements en 2013. Cévennes écotourisme a donc moins relancé les structures sensibilisées que les années précédentes.

Il faut aussi noter que la particularité de l'année 2013 entre la réflexion sur la Charte du Parc, le choix d'adhésion ou non des communes, la future marque Parc national, a soulevé de nombreux questionnements chez les professionnels. Certains ont donc préfèré y voir plus clair avant de s'engager.

- Engagement de 6 structures touristiques dans la démarche

1/ Danielle et Lionel Dumarcet, Gîte la Devèze – 48 Molezon

2/ Christophe et Fabienne Roux L'étoile du Berger- 48 Hures la Parade

3/ Willy Bellu/ Audrey Subtil, Gîte de Patience – 48 Saint Etienne Vallée Française

4/ Virginie Boyne, Domaine de Pradines – 30 Lanuejols

5/ Evelyne Roux-Giroux, la Ferme de Solpérières – 48 Vébron

6/ Sarah Boulieu, ferme Péda et éco logique « Graine de Fourmis » - 30 Arphy

- Réengagement d'une structure ayant déjà réalisé un plan d'action et dont le renouvellement de l'engagement était conditionné par un nouvel audit compte tenu de l'évolution de la structure. Il s'agit de :

7/ Jean Christophe Barthès- La ferme des Cévennes – 48 400 Florac

- Préparation et analyse des 7 pré-diagnostics avant visite sur site
- Réalisation des 7 diagnostics économiques, sociaux et environnementaux
- Rédaction et analyse des rapports d'audits
- Elaboration des pistes de préconisations qui seront étudiées lors du comité technique réduit du 18 février 2014
- Mise en place de 2 comités technique réduits. Le comité était composé de Mme Gravier (Chef de service Tourisme, Culture et Information) et Bruno Daversin (Chargé de mission Tourisme Durable du Pnc) avec Virginie Boucher (Coordinatrice de Cévennes écotourisme). Emission de recommandations pour les entreprises.
- Suivi des 45 plans d'actions en cours via des contacts individuels et collectifs
- Réalisation de 16 rendez-vous de plans d'actions
- Finalisation de 16 projets de plans d'actions présentés consécutivement aux commissions tourisme du PnC le 21 février 2013, le 12 juin 2013 et le 28 janvier 2014
- Il y a eu 11 nouveaux signataires de la Charte Européenne du Tourisme Durable en 2013.

Les derniers plans d'actions de l'année 2013 ont été présentés à la commission tourisme du 28 janvier 2014 actant de 6 nouvelles signatures.

2 Accompagnement à la visibilité du partenariat avec l'espace protégé et à l'émergence de la destination touristique Parc national des Cévennes

Descriptif de l'action et résultats

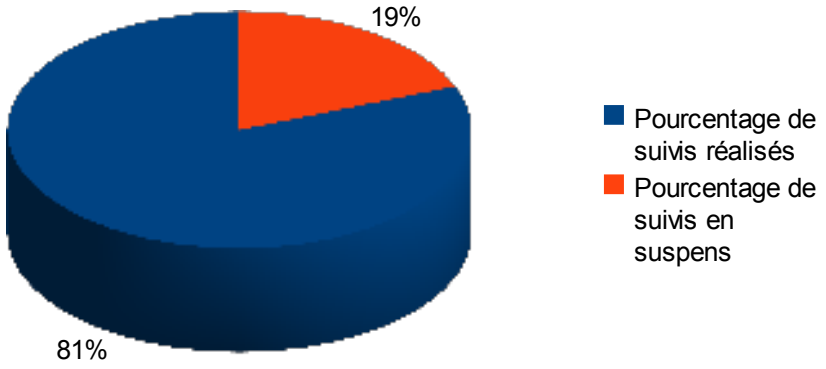
Pour encourager chaque adhérent à communiquer de façon optimale sur ses engagements auprès du Parc national et auprès de Cévennes écotourisme. Suivi réalisé sur les outils de communication (site internet, page adhérent du site Cévennes écotourisme, réseaux sociaux,...) ainsi que sur les structures en elles-mêmes (lieux d'accueil et/ou d'hébergement).

Méthodologie du suivi :

- Création d'un dossier de ressources visant à l'amélioration de la communication (partenariat entre le PnC et Cévennes écotourisme)
- Création d'une grille type de suivi et vérification de tous les supports accessibles (sites internet adhérents + fiches adhérents du site CET) individuellement
- Entretien téléphonique individuel pour faire le point avec chaque adhérent et lui exposer les pistes d'améliorations
- Envoi de la grille individuelle remplie pour servir de support à la mise à jour des outils de communication de chaque adhérent.

- Suivi des modifications prises en compte par chaque adhérent prévu au cours du 1er trimestre 2014

Sur l'ensemble des adhérents :



Sur 96 adhérents (au moment de l'opération): 78 suivis de sites Internet ont été effectués (soit 81% du réseau), 61 entretiens téléphoniques ont été menés (et les grilles envoyées), et 18 adhérents restent « en suspens » (soit 19% du réseau).

Les raisons de la mise en suspens des 18 adhérents sont variables : principalement risque de sortie du territoire PnC, arrêt d'activité, fermeture hivernale de la structure,...

3 Accompagnement collectif d'une micro filière (canyon) sur l'espace Parc national des Cévennes

Descriptif de l'action et résultats

- Elaboration d'une proposition méthodologique et définition des objectifs spécifiques
- Consultations, rencontre, animation et suivi des projets avec les partenaires et les professionnels
- Sortie terrain
- Analyse, synthèse et propositions
- Compte-rendu, rapport
- Mise à disposition de l'information

Un dossier Drop box a été mise en place afin de partager et transmettre toutes les informations relatives à ce projet. Il contient https://www.dropbox.com/sh/22y6rvol3nlr766/okxVpljAIz

- La méthodologie validée
- La synthèse des entretiens avec les acteurs de la filière canyon
- L'état des lieux
- Le compte-rendu de la rencontre terrain et des attentes des professionnels
- La proposition de référentiel préfigurant de la Charte des bonnes pratiques

Un rendez-vous de restitution a eu lieu en octobre 2013.
Ce travail a permis d'améliorer l'échange de pratique entre PnC et les accompagnateurs mais aussi de favoriser l'échange de connaissances entre professionnels.

Il a permis de dresser un état des lieux précis et de commencer la construction de la charte des bonnes pratiques.

L'ensemble des acteurs a apprécié le rôle d'interface tenu par l'association Cévennes écotourisme.

Le Parc national doit se positionner quant aux actions prioritaires à mettre en œuvre pour poursuivre l'accompagnement collectif de la filière canyon.

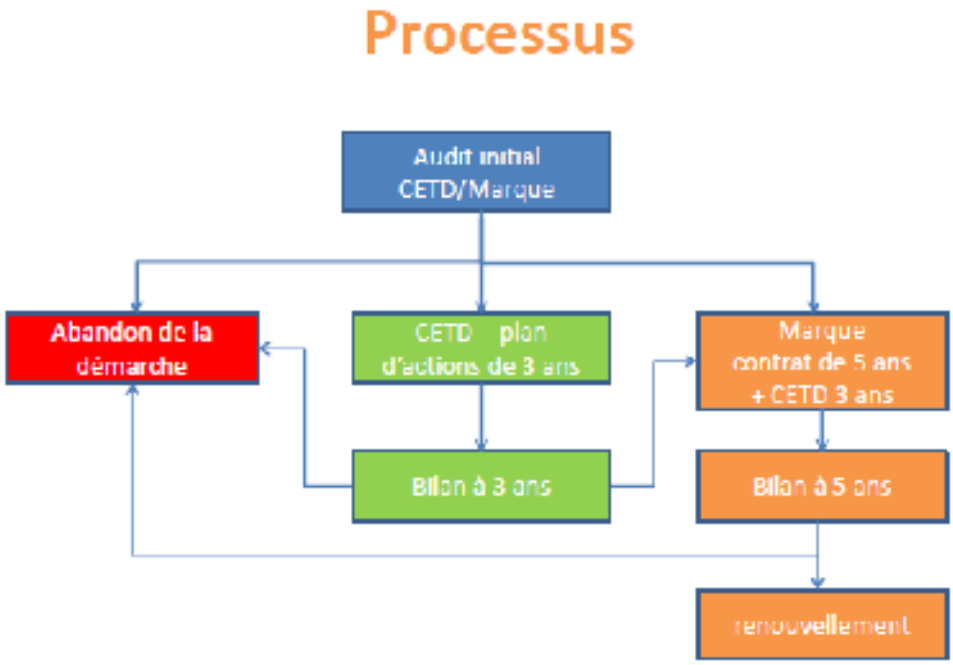
4 Réflexion méthodologique pour l'articulation de la future Marque des Parcs nationaux et la CETDEP

Descriptif de l'action et résultats

- Elaboration du cahier des charges du projet de réflexion *(Dossier articulation Marque/ CETDEP - annexe 1)*
- Proposition et validation de la méthodologie
- Réalisation de l'Etat des lieux de l'existant
  - le fonctionnement détaillé de la CETDEP en Cévennes : étapes, cible, actions/moyens, acteurs, obligations, résultats (*Dossier articulation Marque/ CETDEP- annexe 2)*
  - les articulations entre la Marque et CETDEP dans les PnR (*Dossier articulation Marque/ CETDEP -annexe 3)*
- Définition des étapes de la procédure d'accompagnement potentiellement communes pour la procédure de marque et d'agrément CETDEP (*Dossier articulation Marque/ CETDEP- annexe 4)*
  - de la communication à l'engagement
  - de l'évaluation à la contractualisation
  - du déploiement de la stratégie au renouvellement
- Réalisation de tableaux de comparaison organisés autour de 3 grandes questions (*Dossier articulation Marque/ CETDEP- annexe 5)*
  - les moyens mis en œuvre et les documents de références selon les étapes des procédures
  - l'implication des acteurs selon les étapes des procédures
  - les apports et obligations selon les étapes des procédures
- Réalisation de tableaux de scénarios et d'aide à la décision (*Dossier articulation Marque/ CETDEP -annexe 6)*
- Echanges pour arbitrage
- Présentation par CET du travail intermédiaire en décembre 2013
- Discussions internes au Parc
- Réunions entre le CA de CET et la direction du Parc afin d'acter les décisions concernant l'articulation
- Présentation du projet d'articulation à la commission tourisme du PnC en janvier 2014
- Décisions sur l'articulation et les grands principes (*Dossier articulation Marque/ CETDEP -annexe 7)*

→Une démarche unique de qualification de tourisme durable avec deux outils

- une information unique auprès des professionnels
- un dossier de candidature unique auprès du Parc
- une auto évaluation et un diagnostic unique servant d'audit CETD et de test grille Marque



→ Un partenariat entre le PnC et le réseau CET pour la qualification vers l'écotourisme

- Maintien de la signature CETDEP jusqu'à la fin du plan d'actions en cours
- Conditions de renouvellement de la signature CETD :

- si possibilité de l'obtention de la marque
- si non existence de référentiel de marque dans le produit ou service proposé par le professionnel

→ Gouvernance et moyens

- La commission tourisme : instance de suivi, pilotage et décision d'attribution
- Service Accueil sensibilisation avec chargé de mission (cadrage, suivi général) et Technicien Accueil Sensibilisation (visite finale PA et attribution de la Marque)
- CET : visite diagnostic et accompagnement PA ou marque

→ Une communication spécifique et articulée

- Une communication spécifique pour les produits et services marqués (site Internet national, plate forme destination Parc, logo, convention)
- Une communication pour l'engagement des professionnels dans la CETDEP (charte graphique 'Je m'engage pour l'écotourisme')

➢ Conception des outils d'articulation :

- Auto évaluation (*Dossier articulation Marque/ CETDEP -annexe 8)*
- Grille de diagnostic unique (*Dossier articulation Marque/ CETDEP -annexe 9)*

Intervention de Bruno Daversin du PnC

" On remercie CET pour le travail fourni autour du projet d'articulation entre la CETDEP et la Marque.
Il faut rappeler que la marque pour les Parcs nationaux est consécutive au décret de 2006 qui a nécessité une inscription à l'INPI de la dénomination Parc national et des produits et services pouvant être en lien. Il s'agit d'une démarche conduite par les 10 Parcs nationaux de France.

Il faut bien distinguer la CETDEP, démarche de progrès globale sur une structure touristique et la Marque Parc national qui va concerner des produits et services et ce dans tous les domaines : hébergements, sorties, produits agricoles, etc. La marque Parc est prévue, et a été déposée à l'INPI pour toutes les classes (35) et chacune bénéficiera d'un règlement d'usage catégoriel (RUC)) précis.
Il est important de comprendre que la marque est nationale et les RUC doivent s'adapter à l'ensemble des 10 parcs nationaux quelles que soient leurs caractéristiques. Ce n'est pas évident, il a fallu 18 versions pour contenter tout le monde sur le RUC hébergement. A ce jour, le premier RUC testé et validé concerne l'hébergement.

En préparation : celui des sorties nature, on a celui de l'artisanat puis celui de la filière agricole.

Les Parcs nationaux ont considéré le tourisme comme prioritaire pour le déploiement de le marque."

Remarques/ Questions:

Stephan Steiner: "Est ce que la marque va se superposer avec la CETD?"
Virginie Boucher (VB): " Ces démarches seront complémentaires. Un audit initial (grille conjointe CETD et Marque) réalisé par CET permettra de voir laquelle des deux démarches est possible pour la structure. Selon son niveau on l'orientera soit vers la marque d'un produit (gérée par le Parc) soit vers un plan d'actions CETD pour atteindre à terme la marque. La marque devient une finalité pour tous les produits disposant d'un référentiel. Pour les autres la démarche CETD sera poursuivie comme à présent. Par ex : les sites n'ont pas encore de référentiel ils pourront renouveler leur signature tant qu'il n'y aura pas de marque possible.
On ne peut imposer d'avoir la marque.
Sabine : C'est dommage d'arrêter les plans d'actions parce que le bilan permet de réfléchir et d'évoluer.
Dominique Van Weddinggen: Il n'y a pas de renouvellement au bout de 3 ans? A terme il y aura moins de signataires?
VB : En fait tout le monde sera de fait signataire de la CETD (audit initial commun) avec un plan d'actions plus ou moins conséquent selon que l'on peut obtenir la marque d'un de ses produits directement ou non.
Le renouvellement de signature CETD sera possible dans 2 cas : 1/ s'il n'y a pas de référentiel en place pour le produit proposé (site touristique à ce jour par ex) 2/ si le premier plan d'actions n' a pas permis d'atteindre la marque.
Stéphane Dupré: Tu es obligé d'être CETD pour avoir la marque?
VB: oui, on va procéder de façon chronologique, les premiers marqués seront les premiers à s'être engagés dans la CETDEP historiquement.
Marc Mollaert: C'est un label?
Bruno Daversin: C'est une marque.

VB: Il y a des pré-requis à la marque dont le fait d'avoir un classement national (ou label équivalent)
Anne Benon (AB): Il faut rentrer dans un label avant la marque? La liste est-elle longue ?
Bruno Daversin (BD): On a émis des réserves. Il faut être 2 épis chez gîte de France ou clés vacances ou 2 étoiles national. Mais le Pnc se réserve la possibilité d'échanger encore avec les autres parcs nationaux.
AB: On retombe encore dans des critères dont on devrait s'affranchir.
VB: La volonté est de se démarquer. Le point de vue des parcs est de ne pas s'occuper du confort. Chaque parc peut donner son ouverture à des labels locaux voire des OT.
DVW: un label écotouristique n'existe pas?
VB: écolabel européen
Anne Benon: Si, il existe "clef verte"
Nathalie Maurin: Que se passe t'il quand la commune sort du parc?
DVW: si un lieu-dit n'appartient pas à sa commune?
Stéphane Dupré: Est-ce que le parc va communiquer encore sur les signataires?
VB: oui, on garde la mise en avant des CETD sur le site institutionnel du Parc et par l'utilisation du bandeau 'je m'engage dans l'écotourisme'.
BD: Pour information , la mise en place de la marque parc n'est pas encore effective car il y a eu une opposition à l'INPI sur le dépôt de la marque « Esprit Parc national ».
Anne Benon: La mise en place sera courant 2014?
BD: On pense que ça prendra du temps, au moins jusqu'à l'automne.

5 Implication dans la stratégie de tourisme durable du PnC

- Co organisation et participation à **la rencontre annuelle** entre le PnC et les adhérents de CET le 18 avril 2013
- Présentation de la réorganisation et des projets du Parc
- Echanges et discussions
- Atelier pour la définition de la destination Parc national

- Relai d'information pour **les journées de formations du Parc**

8 journées de formations accessibles ou spécifiques adhérents CET	- Ambassadeur Causses & Gorges - Flore & botanique - L'eau du Causse aux vallées - APN canyon - Rapaces - Ambassadeur Aigoual - Ambassadeur Mont Lozère
- 31 participants via le réseau CET	- Moyenne de **3,9 participants** CET/journée

- Participation à **la réflexion collective sur le volet autour du volet 3** de la CETDEP
- Participation et **suivi de l'étude sur la mise en oeuvre du volet 2 de la CETD pour les OTSI** à travers des réunions collectives et des audits tests sur le terrain

Réalisation d'une étude d'impact de la démarche CETDEP

Objectifs

- Connaître l'impact économique, social et environnemental d'une démarche de tourisme durable pour les entreprises touristiques
- Connaître l'impact de l'accompagnement sur ces structures touristiques
- Evaluer le rayonnement territorial d'un réseau de professionnels engagés dans une démarche de tourisme durable
- Mesurer la contribution d'un accompagnement et d'une dynamique de réseau en terme de structuration, de qualification et de lisibilité de l'offre de tourisme durable sur les marchés

Cible

- Partenaires financiers
- Acteurs du développement
- Professionnels du tourisme engagés ou non dans une démarche de tourisme durable
- Espaces protégés engagés ou non dans une démarche de tourisme durable

Descriptif de l'action et résultats

- Consultation sur les attentes et objectifs de l'étude auprès des partenaires techniques, institutionnels et financiers
- Définition du comité de pilotage selon les niveaux d'interventions *(Dossier étude d'impact CETDEP - Annexe 1)*
- Comité de pilotage opérationnel, suivi total de l'étude
- Comité de pilotage conseils (experts) pour le suivi méthodologique
- Comité de pilotage large pour le suivi des phases clés de l'étude et le rendu final
- Elaboration du cahier des charges de l'étude
- Définition de la procédure d'appel d'offre adapté par le Conseil d'Administration de CET.
- Elaboration du dossier de consultation (Dossier étude d'impact CETDEP – Annexe2)
- Lancement de l'appel à projet et réception/étude des offres
- Sélection du cabinet conseils : Altéa expert (Dossier étude d'impact CETDEP - Annexe 3)
- Lancement de l'étude : affinement méthodologique

Cette action sera poursuivie et finalisée en 2014.

Conception de ressources et supports de découverte innovants et accessibles à tous

Objectifs

- Affirmer et valoriser une offre de tourisme durable accessible à tous, sur les espaces protégés du Massif central
- Faciliter l'accès aux patrimoines naturels et culturels des Parcs via des ressources et des outils concrets et faciles à mettre en œuvre
- Accompagner les professionnels dans la construction d'une offre attractive de découverte des patrimoines accessible au plus grand nombre
- Répondre aux nouvelles contraintes et attentes de découvertes « nature » des clientèles et des populations

Cible

- Professionnels du tourisme
- Clientèles touristiques (valides ou non)
- Populations locales

Moyens mis en œuvre

1 Adaptation pour tous des supports existants

Descriptif de l'action et résultats

- **Adaptation des fiches écogestes** pour des personnes déficientes visuelles.
  - Transcription du texte en braille réalisée par l'association Braille & Culture
  - Projection du braille sur les fiches écogestes réalisée par Tom's 3D.

- **Adaptation des chevalets** pour des personnes mal-voyantes.

- Transcription du texte en braille réalisée par l'association Braille & Culture
- Projection du braille sur les fiches écogestes réalisée par Tom's 3D.

- **Réflexion pour l'adaptation du sac à dos curieux de nature** pour tous types de public.
- **Réalisation de deux sorties terrain pour tester le sac à dos** auprès du public 'enfants' afin de le rendre opérationnel et accessible à tous. *Intervenant Vert de sable.*

- Une sortie avec le centre aéré de Ste Croix Vallée Française (public enfants)
- Une sortie avec la classe CLIS de l'école primaire de Florac. (public scolaire et en situation de handicap léger).

2 Conception de nouveaux supports

Descriptif de l'action et résultats

- **Création d'un carnet d'activités** sur les sens pour tout public. *Intervenant Arbor&sens*

- **Le Livret d'accueil** a été pensé pour recevoir le visiteur et lui transmettre les informations pratiques et ludiques de - et autour de - la structure. Il sera l'occasion d'harmoniser l'existant et a été conçu comme un outil plaisir que les visiteurs auront envie d'ouvrir et de feuilleter. L'outil se présente sous la forme d'un classeur en bois, fourni avec des intercalaires et minis-intercalaires mis en graphisme et reprenant différents items, ainsi qu'un tronc commun de documents pré-rédigés. Chaque adhérent aura le loisir de personnaliser l'outil en parlant de lui-même, de sa structure, de ses coups de cœur et des bons plans vers lesquels il a envie de renvoyer son hôte, etc...

- Outil collaboratif : le projet a été réfléchi et co-construit par des adhérents du réseau CET ainsi que des réseaux des Parcs régionaux du Massif central.	L'ouvrage a été pensé par un groupe de travail auquel ont participé 9 adhérents de CET + 1 prestataire du Parc naturel des Grands Causses. Les textes ont été rédigés en interne, relus, amendés et corrigés par les chargés de mission du réseau IPAMAC ainsi que le groupe de travail CET.
- Outil « pour tous » selon notre axe de travail 2013-2014 du tourisme accessible « pour tous ».	- Rédaction en caractères agrandis - Braille projeté - Accent mis sur le visuel - Support réalisé par une entreprise adaptée

150 exemplaires du livret d'accueil ont été réalisés dont 50 exemplaires sont à destination des Parcs Régionaux du Massif central (réseau IPAMAC) et 100 exemplaires sont disponibles à l'achat par nos adhérents.

A ce jour, 45 exemplaires ont été pré-commandés par le réseau.

3 Développement des connaissances et des pratiques collaboratives

Descriptif de l'action et résultats

- **Les rencontres thématiques**

1 journée d'échange sur la thématique "La nature accessible à tous"	- Sensibilisation des professionnels du tourisme à l'accueil du public en situation de handicap - Echange avec des partenaires (associations spécialisées dans le handicap)
- 10 participants via le réseau CET - + 9 personnes hors réseau CET	DDCSPP - URAPEDA - MAS Les Bancels- Association Braille&Culture - Comité Départemental Handisport

- **Les formations Cévennes écotourisme**

4 journées de formations	- Gérer son e-réputation - Accueillir du public en situation de handicap

- 22 participants via le réseau CET - + 1 personne hors réseau CET	- Moyenne de **5,5 participants**/journée - Coût moyen approximatif investi par l'association en prestation de formation par participant : **185 euros.**

Valoriser et élargir le transfert d'experience

Objectifs

- Contribuer à la structuration et à la visibilité de l'offre de tourisme durable des entreprises touristiques du Massif central
- Transférer au plus grand nombre les outils et ressources créés
- Sensibiliser et aider l'ensemble des acteurs touristiques du Massif central à améliorer leurs pratiques et leurs outils de découverte dans le sens d'un tourisme respectueux pour tous.
- Susciter plus de progrès sur l'axe social de la CETD.

Cible

- Réseau des Parcs naturels du MAC
- Chargés de missions des Parcs
- Associations, réseaux et acteurs porteurs de projet du MAC
- Institutionnels et acteurs touristiques
- Clientèles touristiques (valides et non valides)

Moyens mis en œuvre

1 Valorisation de l'offre d'outils de découverte

Descriptif de l'action et résultats

- Fabrication des petits jeux nature du Massif central avec Bioviva.
- Diffusion des premiers outils adaptés créés auprès des partenaires
- Valorisation de l'offre d'outils de découverte ludiques et accessibles créés
  - Mise en ligne de l'information sur le site Internet et les réseaux sociaux
  - Rédaction et envoi de communiqués de presse sur les outils et les actions thématiques
  - Présentation des outils lors des interventions orales de l'année
  - Présentation des outils lors des sorties et rencontres terrain avec les acteurs locaux

2 Transfert à l'échelle du massif central

Descriptif de l'action et résultats

L'année 2013 est celle du lancement de projets sur une nouvelle thématique pour CET : conception de supports de découverte et de sensibilisation accessibles à tous.
CET transfère, au fur et à mesure de l'avancée des travaux, ses nouvelles expériences et savoir-faire.
Le transfert est réalisé à travers de :

- L'organisation d'un séminaire d'échange en Cévennes en juin 2013. Cette rencontre a rassemblé 7 Parcs en plus de l'Ipamac.

Cela a été l'occasion de :

- Faire un tour de table de l'engagement des Parcs dans le domaine de la CETDEP volet 1, 2 et 3 afin de pouvoir enrichir le transfert d'expériences
- Faire le point sur le projet tourisme de l'opération 2011-2013 de l'Ipamac
- Lancer un brain storming sur la programmation tourisme Massif central 2014-2020
- Faire une présentation concrète des formations, outils et ressources crées par CET en 2011 et 2012 et disponibles pour le transfert
- Recenser les réalisations des Parcs naturels (formations, outils, ressources) disponibles pour un transfert d'expériences entre Parcs
- Présenter et recueillir les attentes et les contributions sur le projet d'étude d'impact de la CETDEP. Mise en place d'un comité de suivi
- Présenter et recueillir les attentes et les contributions sur les outils de découverte et de sensibilisation pour tous
- Définir la notion du 'pour tous' pour le réseau des Parcs naturels
- Valider les projets 2013 pressentis sur le thème
- Valider les pistes d'outils à adapter par Cévennes écotourisme dans le cadre du transfert de l'année 2013
- Valider les nouveaux outils de sensibilisation et de découvertes à concevoir en 2013

- La création d'une boite à outils autour de la thématique du pour tous. Celle-ci est disponible dans le serveur partagé du réseau des Parcs.

https://www.dropbox.com/home#!/home/R%C3%A9seau%20des%20Parcs/Nature%20pour%20tous

Elle contient :

- Des ressources et documents de références en lien avec la thématique
- Des descriptifs de la conduite de projets avec les différentes étapes de réalisation :
  - les consultations conduites
  - le déroulement des projets
  - les résultats (mode d'emploi, guides méthodologiques)
- Les formations proposées (cahiers des charges et comptes-rendus)
- Les outils finaux adaptés ou conçus

- La mise en place de groupes de suivi pour certaines actions phares de l'année (projet livret d'accueil et projet d'étude d'impact CETDEP).

- L'invitation des chargés de missions des Parcs, les partenaires locaux (OTSI, réseau Stevenson, réseau Accueil paysan) sont invités à participer aux rencontres (consultations, discussions, formations).

Parole à la salle

Florence Faidherbe: Est-ce que nos actions se font en partenariat avec Tourisme&Handicap?

VB: Oui et non, nous les avons contactés lors du lancement de la réflexion. Nous avons développé d'autres partenariats. Nous ne sommes pas dans l'équipement, mais dans des outils légers et accessibles à tous.

Stéphane Dupré: Braille & Culture a donné tous les outils sur T&H. On a tout en main pour s'intéresser à la problématique et à la méthodologie. Il y a tout sur l'espace pro du site de Cévennes écotourisme.

3 Autres transferts et valorisation d'expériences

La reconnaissance de CET comme acteur incontournable de l'écotourisme contribue à multiplier les demandes de transfert à travers, soit :

- **Des demandes ponctuelles**, ainsi en 2013 nous avons eu de nombreux échanges d'expériences avec :
  - des stagiaires en cours de réalisation d'études
  - des consultants
  - des PnR (Verdon, futur PnR de l'Aubrac, Landes de Gascogne, Limousin)
  - des Communautés de communes

- **Des demandes spécifiques de transfert d'expérience, d'accompagnement ou d'intervention en tant qu'expert.** Ainsi en 2013 CET a :
  - Réalisé une étude pour Parc nationaux de France sur l'opérationnalité du projet de grille « hébergement » pour la Marque Parc
  - Conçu le programme d'accueil d'un Educ tour pour Le PnR des Landes de Gascogne.

Parole à la salle

Daniel Amoros: J'ai travaillé avec des groupes de personnes handicapées. Quelle communication va t'on faire vers ce milieu qui est immense?
VB: Notre stratégie c'est de travailler avec des associations, des partenaires pour qu'ils puissent parler de nous. Ils servent de relais de communication. On peut communiquer via nos outils adaptés.
BD: CET et le PNC ont été contacté par le PNR Limousin pour du partage d'expérience.

Sensibilisation et promotion des valeurs de l'écotourisme

Objectifs :

- Permettre la découverte et la compréhension de l'écotourisme
- Favoriser l'appropriation des principes du tourisme durable aux acteurs locaux
- Valoriser les actions et les engagements de l'association auprès du grand public, des partenaires et des visiteurs potentiels
- Inscrire les actions de l'association en complémentarité avec les acteurs et les projets locaux, régionaux et Européens

Cible :

- Grand public
- Acteurs locaux

- Professionnels du tourisme
- Réseau de partenaires

Moyens mis en œuvre

1 Elaboration du projet associatif

Descriptif de l'action et résultats

L'association a décidé de définir son projet associatif face aux enjeux relevés lors de l'année 2012.

La méthode a été la suivante:

- Brain storming en AG de l'année 2012
- Constitution d'une commission projet associatif rassemblant 7 membres
- Rencontre en commission pour définir la méthode
- Demande d'accompagnement via un DLA (Dispositif Local d'Accompagnement)
- Intervention d'un consultant, David Coste du cabinet Mission Tourisme, pour établir un diagnostic de l'association :
  - rencontre des salariées de l'association
  - rencontre des membres du CA de l'association
  - rencontre des partenaires clés de l'association
- Rédaction d'un questionnaire de consultation par des adhérents volontaires et envoi à l'ensemble du réseau autour de 3 grands thèmes (37 % de réponses)
  - Les valeurs
  - Les enjeux
  - Les pistes de développement
- Organisation de 4 rencontres terrain par massif (Mont Lozère, Vallées Cévenoles, Aigoual et Florac- Gorges et Causses) qui ont rassemblé 38 participants. Ces rencontres, animées par le consultant ont permis de présenter les résultats du questionnaire et d'aller plus loin dans ces questions
- Analyse et rapport du DLA
  - Diagnostic
  - Pistes d'actions

Le projet associatif sera finalisé au premier semestre 2014 par le réseau Cévennes écotourisme.

2 Communication partenariale

Descriptif de l'action et résultats

- **Partenariats de communication**

- Renouvellement des conventions des CDT 30 et 48

- Mise en place du partenariat avec Via Sapiens

- Réflexion pour un partenariat avec Cévennes Tourisme

- Mise en valeur des adhérents et des signataires par les Offices de Tourisme du territoire et par l'association R.L. Stevenson

- **Interventions/ Présentations**

- Janvier 2013: Présentation bilans de signatures CETD - Groupe technique section française CETD
- 15/01/2013: Présentation de l'association à un groupe d'étudiants du CFFPA
- 18/01/2013: Présentation de Cévennes écotourisme aux Assises régionales de l'EEDD (Montpellier). Stand de l'association sur atelier de l'après-midi
- 06/11/2013: Participation aux 40 ans de la fédération EUROPARC à Bruxelles - rencontre biodiversité et tourisme durable dans les espaces protégés d'Europe, Témoignage d'expérience

- **Participations aux réflexions territoriales**

- 22/02/13 : Dialogues territoriaux organisés par la région LR
- 16/05/2013 : Réunion Gal Terre de vie/ Pays pour répondre à un appel à projet autour de l'énergie
- 21/05/13 : Réunion cabinet Elan : développement, bilan et perspectives prochaine programmation Grand Site des Gorges du Tarn, de la Jonte et des causses : thème accueil.
- Juin 2013 : Participation aux rencontres Education Environnement pour le Développement Durable
- Octobre 2013 : Participation aux rencontres avec la région à Mende

- **Reconnaissance de l'engagement du réseau**

En novembre 2013, le réseau Cévennes écotourisme s'est vu remettre un prix honorifique par Europarc au titre de l'engagement de ses adhérents dans le tourisme durable. La cérémonie s'est déroulée à la commission Européenne à Bruxelles.

3 Communication en direction du grand public

Descriptif de l'action et résultats

- Amélioration de la présence de Cévennes écotourisme sur les réseaux sociaux

- Profil Facebook de CET : 408 amis
- Page Facebook de CET : 49 'Aiment' la page
- Twitter de CET : 220 abonnés

- Distribution du dépliant de l'association via les CDT, OT, antennes PNC, adhérents, salons

- 11100 dépliants distribués

- Exposition de Cévennes écotourisme

- installée à la maison de l'Aigoual au col de la Seyrrerède

- Site internet de Cévennes écotourisme

- augmentation de la fréquentation du site de 29% par rapport à 2012 (30082 visiteurs en 2013)

- changement de webmaster en septembre 2013

- mise à jour mensuelle des actualités

- création de fiches structures et mise à jour de celles-ci

- Presse

- Envoi de communiqués de presse mensuels aux médias locaux : 17 articles parus dans la presse locale

- Envoi des outils de sensibilisation (carnets) à Via Sapiens

Parole à la salle
DVW: Le dépliant est-il à jour?
Anne-Laure Saby: Le dépliant a été édité pour 2 ans: 2013 et 2014. 11 000 dépliants ont été distribués en 2014, il nous en reste donc 19 000. On va continuer de le distribuer. Puis on verra une mise à jour en 2015.

Vie associative et fonctionnement

Objectifs

- Favoriser l'échange et la rencontre
- Développer l'appropriation et la participation des adhérents aux projets de l'association
- Développer de nouveaux partenariats d'actions

Cible

- Adhérent CET
- Réseaux de partenaires
- Acteurs développement

Moyens mis en œuvre

1 Participation et consultation associative

Descriptif de l'action et résultats

- Constitution de commissions thématiques : projet associatif, communication.
  - 9 rencontres pour le projet associatif
  - Des consultations à distance pour la commission communication
- Recueil des attentes via le web participatif (votes électroniques et sondages): 4 sondages électroniques et votes électroniques
- Recueil des attentes par des rencontres physiques/ Participation aux choix et décisions comités décisionnaires
- Constitution de petits groupes de travail (comité de pilotage et de suivi des projets de CET
  - un groupe pour le livret d'accueil : 3 rencontres rassemblant 8 participants
  - un groupe sur la déclinaison du sac à dos : 1 rencontre avec des partenaires et 6 adhérents
  - un adhérent référent pour l'étude d'impact

- Participation de 8 adhérents à l'étude sur l'opérationnalité du Référentiel unique catégoriel Hébergement de la marque Parc

Participation bénévole du réseau : La valorisation de la participation bénévole s'élève à 6 628€.

2 Mise à disposition de l'information, des outils et des ressources

Descriptif de l'action et résultats

- **Newsletters** en 2013 : 09
- **Accueil personnalisé des nouveaux adhérents**: 04
- **Alimentation espace pro**:

- Réalisation de comptes rendus pratiques des journées de formation et diffusion dans le réseau

- Aide à l'animation du programme de rencontres thématiques avec les agents du Pnc (découverte et préservation de la biodiversité).

- **Fabrication des outils et ressources**
  - Kit nature : 100 exemplaires ont été imprimés et sont distribués gracieusement à nos adhérents lors de l'Assemblée Générale
  - Livret d'accueil : 150 exemplaires dont 100 exemplaires à disposition du réseau CET
  - Carnets de voyage : 1000 exemplaires de la version Cévennes écotourisme
  - Fiches Ecogestes : 60 jeux de 6 fiches sur-imprimées en braille projeté + 100 chevalets

VB: Pour information, tous ces outils sont revendus à prix coûtant.

- **Achats groupés :**

- Etamine du Lys : 1 commande en 2013 - 5 adhérents concernés - Total achats : 849,75 €

Soit une économie globale pour les adhérents concernés de 127,47 €.

- Nous avons été contactés par la société Ecovolve (fabricant/vendeur d'oreillers et coussins certifiés biologiques), nous avons communiqué sur leurs produits dans une des dernières newsletter de l'année, sans résultat. Nous tenons les informations à votre disposition.

- A la demande de l'un de nos adhérents, nous avons pris contact avec la société 3J Développement (vente de distributeurs de produits d'hygiène corporelle), nous tenons également leurs tarifs à votre disposition.

RAPPORT FINANCIER

Annexe financière compte de résultat

Compte de résultat

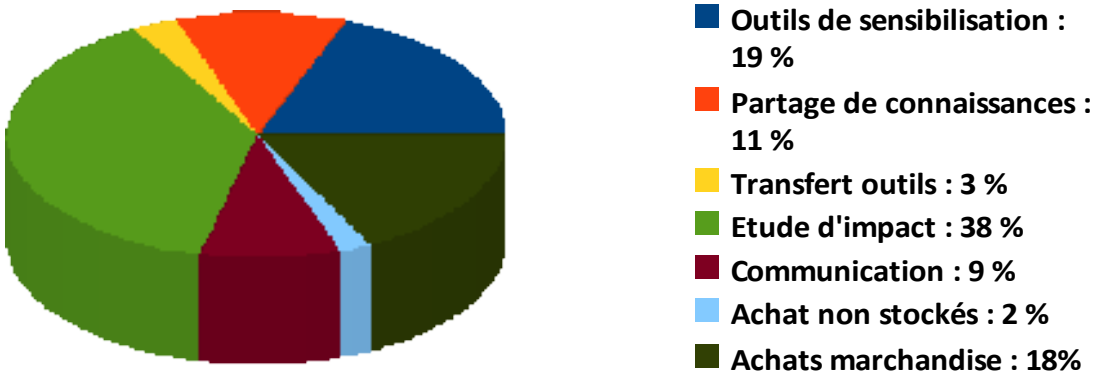
- Le projet de l'année 2013 est atteint à 86 % pour un montant total des dépenses de 140 246.74 € avec un résultat négatif de 1467.64 €
- En 2013, l'opération en lien avec le Parc national est atteinte à 91 % pour un montant total des dépenses de 54 825.62 €
- En 2013, l'opération en lien avec le Massif central courant sur deux année est atteinte à 42 % pour un montant total de 69 704.44 €

Analyse des charges

Répartition des achats et prestations de service

Le poste du personnel a augmenté en 2013 consécutivement à l'augmentation de l'équipe.

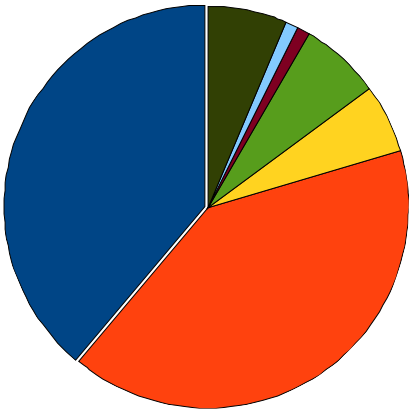
Répartition des charges


Outils de sensibilisation : 19 %
Partage de connaissances : 11 %
Transfert outils : 3 %
Etude d'impact : 38 %
Communication : 9 %
Achat non stockés : 2 %
Achats marchandise : 18%

Ce poste correspond majoritairement aux achats de l'opération Massif central et l'achat d'outils pour la revente.

Analyse des recettes

Répartition des subventions reçues par financeurs



- Massif central- 39 %
- PnC- 41 %
- CG 48 - 6 %
- CG 30 – 6%
- Dotations cantonales - 1 %
- Comm. De communes - 1 %
- ASP – 6 %

Répartition des recettes

- **Revente d'outils : 16%**
- **Prestation de services : 20%**
- **Adhésions : 41%**
- **Bénévolats : 24 %**

Nous atteignons 20 % d'auto financement

Durant toute l'année, nous avons pris rendez-vous avec nos financeurs afin de faire un point sur les travaux de Cévennes écotourisme et de déterminer les pistes d'amélioration de nos partenariats :
- Rendez-vous avec le services partenariat de la Région Languedoc Roussillon,
- Rendez-vous avec le service de l'aménagement du territoire et de l'économie du Conseil Général de la Lozère

Nos principaux partenaires financeurs :

Parole à la salle:

Stephan Steiner: Y a t-il des difficultés de trésorerie?

VB: L'appel à cotisation de la fin de l'année a permis de combler un peu les trous de trésorerie. Nous avons récemment du déclancher un Dailly (avance sur subvention à recevoir) auprès de la banque..

Stephan: Pourquoi ne pas avoir des subventions versées sur les 12 mois, cela aide la trésorerie.

Caroline Vidal-Sals: Cela est pas possible parce que les subventions sont attribuées sur réalisation.

DVW: Il faut aller voir du coté commission banque éthique?

VB: Nous ne l'avons pas encore fait mais on va s'en charger.

VOTE DES RAPPORTS

Nathanaël Pfister, Président de l'association

-Le rapport moral: adopté à l'unanimité
-Le rapport financier: adopté à l'unanimité

PAROLE AUX PARTENAIRES

Franc Barreda de la DIreccte

Je travaille à la DIRECCTE. Je représente les services de l'état.

Je félicite CET, je les suis depuis 2008, date à laquelle j'ai pris mes fonctions.

Pour nous une structure qui fédère en réseau, c'est bien. Elle vous pousse vers l'amélioration de la qualité de vos prestations. Et parfois, ce n'est pas toujours le cas.

C'est la destination Parc des Cévennes qu'il faut mettre en avant. C'est pour accrocher une clientèle, pour continuer à vivre sur vos territoires.

***Pour l'accessibilité**, il y a la loi 2005. Les ERP sont confrontés à cette loi. Néanmoins à partir de 2015, les associations de handicap vont monter au créneau pour pousser à la mise aux normes..*

On nous a laissé 10 ans pour nous mettre à niveau. Les articles de presse vont être virulents.

On a va essayer de déroger à la règle mais ce sera entre nous. Le label Tourisme & Handicap est peu présent sur ce territoire.

Les gens sont visibles au niveau du CDT et de l'Etat. L'idée est qu'on sache au niveau national et international, que l'on peut être hébergé et faire des activités dans les Cévennes.

***La qualité**: Nous perdons des parts de marché car nous ne sommes pas bons. La lisibilité n'est pas présente. Il faut un pré requis, il faut pour l'état une qualification avec un classement national. Quand la structure n'est pas classée, comment vérifie-t-on, connaît-on la qualité ? .*

Tous ceux qui sont sortis des classements, aujourd'hui, on est incapable de vérifier que la prestation que vous proposez est de qualité.

Soit ils sont classés et qualifiés dans la plaquette de l'OT. Soit l'OT vérifie, soit c'est une structure comme Cévennes écotourisme qui vérifie.

Ensemble, on doit arriver à faire en sorte que la destination travaille en réseau, et progresse en qualification.

J'impose aux OT d'avoir des structures qualifiées ou classées. Si elles ne le sont pas, elles resteront à la marge. Pour faire en sorte que les touristes soient bien accueillis, il faut respecter un minimum de qualification. Il faut montrer qu'on est tous réunis. Les associations telles que CET sont la pour vous aider.

Ce que je veux pas c'est qu'on multiplie les couches et qu'on n'y comprenne rien.

La solution c'est CET qui doit l'apporter.

MM: On doit être contrôlé de qualité? Pourquoi les CDT ne s'en chargent pas?

FB: Tous les hébergements marchands étaient contrôlés par les services de la Prefecture. En 2010, les services de l'Etat se sont désengagés...

C'est le privé qui doit avoir cette qualification que nous n'avons plus.

SD: On veut la qualité tout en gardant notre identité. La qualité doit être imposée de la même façon à tout le monde.

Cela va à l'encontre de notre démarche d'accessibilité.

Le questionnaire des Assises du Tourisme, on en a eu connaissance il n'y a pas longtemps. Seulement, 2400 réponses ce n'est pas démocratique! Quelle représentativité du tourisme?

FB: Ce que je crains, c'est que certains ne puissent pas à continuer à vivre de leur activité. Si vous n'avez besoin de personne, si vous avez votre clientèle c'est bon. On a perdu 5 M de nuitées sur le Languedoc Roussillon en 2013. C'est pareil pour tout le monde. Malgré le marché qui croît, le Languedoc Roussillon perd des touristes! Comment fait-on pour se maintenir?

Alain Lagrave: Dans le contexte où le tourisme n'augmente pas, la marge de manoeuvre est faible.

Au niveau de l'association, on peut améliorer l'accueil. L'accueil c'est notre métier. Ca fait oublier le manque de confort. Ma clientèle ne me demande pas de confort. L'important c'est peut-être d'accueillir autrement

Anne Benon: On est à CET. Le coté humain c'est primordial, cela ne rentre pas dans une grille.

Vos critères c'est tout le monde dans le même sac. On ne veut pas rentrer dans le tourisme avec TV, micro-ondes. On privilégie le coté social au côté économique. Ok, on ne vit pas d'amour et d'eau fraîche. Le côté que économique, ça fait peur.

VB: Nos partenaires ont compris la plus value. Ils ont compris, ils nous soutiennent. Vous êtes un noyau en marge, à part. On peut sensibiliser nos partenaires, faire passer des messages. Il faut communiquer encore plus ensemble.

MM: Les lobbys poussent à tirer vers le haut avec des grilles de 200 questions. Le personnel est complètement oublié. .

A la réunion "Qualité sud de France", on nous a dit que dans le prix de l'audit, il y a une nuitée gratuite pour un auditeur mystère.

VB: (recentre le débat) On est sur des structures qui fonctionnent bien. C'est une démarche de progrès. Si vous souhaitez qu'on ait le rôle d'interface, on peut en parler.

AL: Sur l'accessibilité c'est par le CDT que vous pouvez avoir un dossier. Pour avoir les dérogations en 2015, il faut que le dossier soit rempli en 2014.

Stéphan Steiner: On est contre l'uniformisation. Vous même, vous souffrez de ces mesures. On ne va pas rentrer dans des critères qu'éthiquement on ne peut pas approuver.

FB: Je ne suis pas politique.

SD: Qualité sud de France, les activités nature c'est le golf, l'équitation. Ce n'est pas avec Qualité sud qu on va trouver nos besoins.

DVW: Il y a les villes en transition; ça peut être les Cévennes en transition. Nous, on fait de l'anti-label.

Jonnas Nivon: Pour moi, notre clientèle, c'est tout sauf une niche et nous arrivons à vivre de cela. Là est peut être l'avenir.

Le Parc national

Bruno Daversin (BD) :
Cette année à été riche pour le Parc national avec :
- La réorganisation territoriale du PnC. Pour la partie Tourisme, il y a eu l'arrivée de 4 TAS (Technicien Accueil Sensibilisation). J'excuse Mme Da Costa sur le massif Causses/Gorges et Mme Ribière du Massif de l'Aigoual.
Laurent Bélier: Je suis sur le massif Vallées Cévenoles, je suis en charge de ce secteur. J'interviens sur l'Ecomusée, l'éducation à l'environnement avec l'éducation nationale et le Festival nature.
Brigitte Matthieu (BM): Je suis l'homologue de Laurent sur le Massif Mont Lozère. On fait le lien entre vous sur le territoire et Bruno au parc. On travaille sur le Festival nature pour la diffusion du programme et la proposition d'animation. Il y a une coordination qui reste au siège.
On est amenés a vs rencontrer avec le Festival nature. Je travaille aussi pour l'Ecomusée du Mont Lozère. On arrive sur ces nouveaux postes.
Maëlle Binot: CET prévoit des rencontres entre les massifs avec les TAS et les adhérents.
VB: On parle de co-animation de réseau

- Le travail sur la charte avec l'adhésion des communes
Lucile Pantel: Les rencontres seront nécessaires quand les communes auront pris leur décisions.
BM: On va vous faire passer la carte des communes adhérentes.

- Le lancement de la réflexion sur la destination Parc national à laquelle vous avez participé lors des ateliers du 18 avril. Un groupe de réflexion a émergé en septembre dernier, on poursuit le travail avec les OT.
Nous avons le projet de créer une plateforme numérique de découverte sur la destination Parc national avec les marqués, le Festival nature, l'intégralité de l'offre de randonnée (sentiers). Ce sera quelque chose de convivial et au goût du jour en association avec PnF.

- La poursuite de l'agrément au titre de la CETDEP
BD: On a fait un inventaire des diplômes et des plaques distribuées. C'est conditionné par la convention signée.
Je souligne le succès du concours de l'Ipamac avec le domaine de Bayssac et le jardin des Sambucs qui ont raflé les premiers et deuxième prix. C'est positif et montre le dynamisme.

- Le volet 3 de la CETD : phase d'agrément d'agences de voyage qui vont programmer les espaces naturels. 'Certification' des séjours 100% écotouristiques. Mise en marché et affirmation de la fameuse 'niche' cévenole.

SS: A t-on des chiffres sur l'espace Parc? la Région?

BD: On essaie de monter un observatoire du tourisme sur le territoire.

MM: Le listing des signataires sur le site du PnC est-il mis à jour?

VB : Oui, régulièrement

Programme d'actions 2014 de Cévennes écotourisme

Objectifs :

- Contribuer au déploiement du tourisme durable et de la destination Parc national des Cévennes
- Qualifier une offre d'écotourisme accessible à tous et pour chacun
- Promouvoir les valeurs du réseau des entreprises engagées dans l'écotourisme
- Dynamiser la vie de l'association

Bénéficiaires des actions :

- Les entreprises touristiques situées sur l'espace du Parc National des Cévennes. Hébergeurs, sites touristiques, accompagnateurs et animateurs de pleine nature
- Les clientèles touristiques
- Les partenaires techniques et les acteurs du développement à l'échelle locale, inter-régionale et européenne
- Les populations locales

Moyens mis en œuvre pour atteindre les objectifs :

- Accompagner individuellement ou collectivement les entreprises touristiques dans leurs démarches de tourisme durable
- Evaluer l'impact de la mise en œuvre de la CETDEP
- Transférer notre expérience au plus grand nombre
- Créer des outils de découvertes accessibles à tous
- Développer des ressources collectives
- Favoriser les échanges et la co-construction dans le réseau
- Développer les partenariats
- Mettre en valeur l'écotourisme et les structures engagées

Résultats attendus :

- Amélioration des pratiques individuelles et collectives sur les 3 piliers du Tourisme Durable
- Augmentation de la pérennité des entreprises engagées
- Développement de l'effet d'entraînement de ce groupe pilote sur le territoire

- Augmentation du nombre d'entreprises et de partenaires engagés dans des démarches de tourisme durable
- Qualification et création d'une offre de tourisme nature innovante pour faciliter l'accès à la découverte par tous
- Mise en place de nouvelles pratiques de découverte de l'environnement contribuant au positionnement positif de nos régions
- Développement du réseau d'acteurs et de partenaires

Objectif 1 : Contribuer au déploiement du Tourisme Durable

I/ Accompagner individuellement les entreprises touristiques dans des démarches de tourisme durable.

Finalité :

- Sensibilisation des acteurs du tourisme aux démarches de tourisme durable engagées par le PnC
- Elargissement du réseau des entreprises engagées
- Contribution pour la consolidation de la destination Parc national

Moyens mis en œuvre :

I/ Accompagner les acteurs touristiques dans leur agrément individuel au titre de la CETDEP au côté du Parc national des Cévennes.

Pour les entreprises touristique (volet 2), cet accompagnement s'illustrera par

- Des rencontres de sensibilisation et présentation de la démarche (20)
- L'intégration de nouveaux candidats dans la démarche d'agrément (15)
- La rédaction des plans d'actions et présentation à la commission d'agrément du Parc national des Cévennes pour la signature de la CETDEP (16)
- Le suivi de réalisation des plans d'actions en cours
- La réalisation de bilans pour les entreprises arrivées à échéance (17)

2- Renouveler Les engagements des acteurs touristiques arrivées à échéance de leur engagements au côté du Parc national des Cévennes.

Pour les entreprises touristique, cet accompagnement s'illustrera par :

- L'évaluation et étude du marquage potentiel des hébergeurs arrivées à échéance de signature avant 2014 (22)
- L'Analyse et l'émission d'avis sur le type de partenariat possible pour l'ensemble des entreprises arrivées à échéance de signature (45).

- La relance des engagements des premiers signataires (13) à travers l'aide à l'élaboration de nouveaux plans d'actions sur 3 ans.
- La pré instruction de 10 entreprises pour obtenir la future Marque Parc national

3- Proposer un accompagnement collectif au titre du volet 2 de la CETDEP.

Cet accompagnement pourrait s'illustrera par :

- Le suivi de la réflexion autour de la charte des bonnes pratiques de l'activité canyon en espace protégé
- La proposition d'évolution méthodologique de l'agrément à la CETDEP pour une déclinaison par filière et collective

4- Améliorer le partenariat avec l'espace Parc national

- Construire un plan d'actions commun d'accompagnement des professionnels engagés (Marque Parc et CETDEP) avec un accompagnement commun pour les acteurs touristiques « partenaires » du Parc national.
- Animer le réseau d'acteurs partenaires (rencontres par massif et rencontre générale).
- Poser les bases de la nouvelle convention de partenariat

II/ Evaluer l'impact de la mise en œuvre de la CETDEP

Finalité :

- Mesure et évaluation des résultats et les effets d'un engagement CETDEP pour une entreprise en terme de durabilité
- Mesure et évaluation de l'incidence de l'engagement d'une entreprise sur son territoire d'action
- Comparaison entre entreprises engagées et entreprises non engagées
- Définition des facteurs contribuant à la durabilité de l'entreprise et de son territoire d'action
- Mesure et évaluation de l'éventuel «effet d'entraînement» d'un groupe d'entreprises engagées
- Estimation, si il y a lieu, dyeuil critique de l'effet d'entraînement
- Définition des facteurs et les modalités de cet éventuel effet d'entrainement

Moyens mis en œuvre :

- Suivre l'étude d'impact de la démarche CETDEP sur les entreprises touristiques et leur territoire d'actions

- Suivre et coordonner l'étude en lien avec le comité de pilotage :

- affinement méthodologique
- enquête terrain
- focus groupe
- analyse des résultats
- présentation et transfert

III/ Transférer notre expérience au plus grand nombre

Finalité :

- définition d'un argumentaire positif sur la CETD et ses impacts positifs à l'échelle de l'entreprise et des territoires engagés
- Valorisation de l'action tourisme durable du Parc national des Cévennes et de Cévennes écotourisme

Moyens mis en œuvre :

- Contribuer à rendre transférable la méthodologie d'étude d'impact de la CETD sur son territoire et son territoire d'actions.
- Diffuser les outils opérationnels (méthodologie d'évaluation et d'impact) à l'échelle locale, régionale et européenne.
- Diffuser les résultats de l'étude auprès des partenaires à l'échelle locale et régionale.
- Réaliser une transmission des résultats aux acteurs de la CETDEP en France et en Europe.
- Transmettre les résultats de l'étude lors de rencontres publiques.
- Présenter l'expérience du PnC et de Cévennes écotourisme.

Objectif 2 : Qualifier une offre de tourisme nature accessible à tous

Cibles :

- Réseau Cévennes écotourisme
- Réseau des Parcs du Massif central
- Partenaires extérieurs
- Acteurs engagés dans l'écotourisme
- Acteurs locaux

I/ Créer des outils de découverte accessibles à tous

Finalité :

- Contribution au développement et à la valorisation de l'offre spécifique de tourisme durable du territoire.
- Accompagnement des entreprises touristiques au développement et à la qualification d'une offre de tourisme « nature » accessible et pour tous.
- Apport d'une réponse aux attentes et aux nouveaux besoins des clientèles à travers des supports de découverte des patrimoines ludiques et accessibles.

Moyens mis en œuvre :

- Adapter pour tous des outils, supports et ressources.
- Poursuivre la conception d'outils, de supports et de ressources innovants à destination des professionnels et de leurs clientèles
- Concevoir une offre écotouristique innovante.

II/ Développer les ressources collectives et les savoirs

Finalité :

- Amélioration des pratiques de tourisme durable dans de nouvelles thématiques.
- Développement de l'échange de savoirs, savoir-faire
- Amélioration des pratiques collaboratives et partenariales
- Amélioration des ressources et des connaissances.
- Développer les connaissances et les pratiques collaboratives entre professionnels du tourisme pour faciliter l'accès à la nature.

Moyens mis en œuvre :

- Permettre d'acquérir de nouveaux savoirs et savoirs faire (formations thématiques, éduc tour)
- Développer de nouveaux champs de compétences et d'interventions (pour tous, axe culturel)
- Développer de nouveaux partenariats d'actions (travail avec association locales thématique : randonnées, handicaps, enfance..)
- S'impliquer dans les réflexions territoriales et thématiques.
- Collecter et synthétiser les informations/ ressources / savoirs

III/ Valorisation et transférer l'expérience

Finalité :

- Appropriation et utilisation des expériences conduites à l'échelle du Massif central.
- Reconnaissance des expériences et de l'offre thématique construite.

Cibles :

- Réseau Cévennes écotourisme.
- Réseau des Parcs du Massif central.
- Partenaires extérieurs.
- Acteurs engagés dans l'écotourisme.

Moyens mis en œuvre :

- Intégrer le transfert dès la conception des supports
- Organiser la consultation et la participation aux projets de CET (interne et externe).
- Construire des modes d'emploi et des guides méthodologiques des expériences conduites.
- Mettre à disposition l'information et les connaissances collectives.
- Diffuser les outils et les ressources à l'échelle du Massif central.
- Présenter les expériences conduites aux partenaires (acteurs du développement, institutionnels)
- Promouvoir l'offre thématiques conçues à destination du grand public
- Promouvoir l'offre thématiques conçues à destination des réseaux de partenaires.
- Faire un bilan et une évaluation des réalisations.

Objectif 3 : Sensibilisation et promotion des valeurs de l'écotourisme

Finalité :

- Découverte et compréhension de l'écotourisme pour le plus grand nombre.
- Appropriation des principes du tourisme durable par les acteurs locaux.
- Valorisation des actions et des engagements de l'association auprès du grand public, des partenaires et des visiteurs potentiels.

Cibles :

- Le réseau de partenaires.

- Réseau des Parcs du Massif central.
- Acteurs engagés dans l'écotourisme.
- Le grand public.
- Les locaux.

Moyens mis en œuvre :

- Diffuser le projet associatif.
- Réaliser une enquête sur la thématique de l'écotourisme
- Redéfinir la stratégie de communication de l'association : objectifs, cibles, messages et moyens à mettre en œuvre.
- Redéfinir et améliorer la communication partenariale (news par saison pour les partenaires)
- Développer la veille sur l'écotourisme.
- Faire vivre l'exposition de CET.

Objectif 4 : Dynamiser la vie de l'association

Finalité :

- Amélioration des échanges d'expériences.
- Développement de la coopération dans le réseau.
- Amélioration de l'assise de l'association.
- Poursuivre la gouvernance associative.

Moyens mis en œuvre :

- Mise en place un groupe vie de réseau pour par exemple développer les pistes suivantes :

- mise en place d'éduc tour entre professionnels du même secteur,
- poursuite et développement des achats groupés,
- mise en place de rencontre de voisins,
- utilisation du trombinoscope.

- Mise en place d'un groupe « projet associatif » (rédaction du projet associatif)
- Mise en place d'un groupe « communication »
- Mise en place d'un groupe « culture »

INSCRIPTIONS AUX COMMISSIONS

Les commissions restent constituées des membres inscrits lors de l'AG 2012, s'y rajoutent :

Commission Communication: Danielle Dumarcet, Agnès Bruckin

Commission Projet associatif: Stéphane Dupré, Marc Mollaert, Cendrine Ribière

Commission Vie de réseau: Magali Castelly

Commission culturelle: Ludovic Giffard, Dominique Van Weddingen, Marlen Guerra, Agnès Bruckin

Ces inscriptions seront complétées par un appel au réseau.

PRESENTATION BUDGET PREVISIONNEL

Annexe financière budget prévisionnel

Parole à la salle:

DVW: Où apparaît l'impact de la dailly?
VB: à la ligne "charges financières", c'est une estimation de la commission à 266€.
SD : Avons-nous volontairement monté le montant des subventions au CG ?
VB : Toujours l'espoir qu'ils donnent plus. Idéalement, il faudrait, pour bien équilibrer ce budget mais nous trouverons toujours des réduction de charges pour ce faire..
SD : on n'a jamais frappé du coté Députés ?
VB : on va le faire.
VB: Pour être sereins pour 2014, on aimerait trouver un bout de financement complémentaire.

VOTE DES PROJETS

Votés à l'unanimité

RENOUVELLEMENT CONSEIL D ADMINISTRATION

- 1 membre en cours de mandat est sortant: *Severine Kieffer*

- 7 membres en cours de mandat souhaitent poursuivre :
  - *Daniel Amoros (entrée 2012)*
  - *Nicholas Bruckin (entrée 2012)*
  - *Alain Lagrave (renouv 2012)*
  - *Bertrand Leloup (renouv 2012)*
  - *Didier Bourquardez (entrée 2013)*
  - *Magalie Castelly (entrée 2013)*
  - *Nathanaël Pfister (renouv 2013)*

- 3 membres souhaitent renouveller leurs mandats car arrivés à échéance:
  - *Florence Faidherbe*
  - *Stéphanie Schirmer Bouniol*
  - *Dominique Van Weddingen*

- 1 nouveau candidat se propose: *Claudie Martin*

- Le conseil est élu à l'unanimité.

PAUSE DEJEUNER

Pendant le buffet composé de salades du restaurant bio Lettres et Mets de St Jean du Gard, le CA se retire pour élire son bureau.

Sont élus membres du bureau:

Nathanaël Pfister, en qualité de Président

Stéphanie Bouniol, en qualité de Sécrétaire

Alain Lagrave, en qualité de Trésorier

Florence Faidherbe; en qualité de Vice-Présidente

Nicholas Brückin, en qualité de Vice-Président

TEMOIGNAGE DU RESEAU

Intervention de Daniel Amoros avec une présentation du territoire sud Cévennes Vallée Hérault qui correspond au territoire OTSI.

Il s'agit d'un réseau de bonne volonté animée des mêmes valeurs, tous membres de CET sauf un : la filature

Participants : Jardins des Sambucs, Gite le Monna, Gîte de la Soleillade, Isis en Cévennes , le Serre long, le Peloux, la ferme péda Graine de fourmis, Anambule, Sortilèges et enchantements, le Cagnel, Arbor&sens, le Moulin d'Aumessas et la filature.

En 2012 un premier projet, proposé autour de l'écriture : associer un poète avec une activité de rando/ massage (présence sur Cévennes tourisme).

Recueil d'intérêt mais lancé trop tardivement

Des petites réalisations tout de même : massage dans les jardins les uns chez les autres/ découverte des abeilles / lecture de poésie, etc..

Cela nous a donné envie de poursuivre notamment à travers un projet de parcours écotouriste sur la vallée (ou les informations sur ce que l'on peut voir en terme d'écotourisme sur cette zone géographique). Conception d'un petit dépliant de découverte qui sera dans le livret d'accueil de CET.

Agnès, nous avons pensé ce projet pour qu'ils soit duplicable dans toutes les vallées du Parc avec une ouverture aux autres acteurs (culturels, producteurs, etc..)

C'est une ouverture vers les autres qui ne sont pas encore à CET mais qui peut être le voudraient.

LE PROJET ASSOCIATIF

1/ Intervention d'Aurélien Touzard de la Boutique de Gestion d'Ales qui a porté le DLA dont a bénéficié Cévennes écotourisme et qui rappelle le processus du Dispositif Local d'Accompagnement.

2/ Intervention de David Coste qui nous a accompagné à travers ce financement pour réfléchir à notre projet associatif.

Rappel des problématiques qui ont préfiguré le lancement de la réflexion :

- Enjeux sur les financements via subventions de plus en plus complexes et difficiles à obtenir

- Enjeux autour de l'espace Parc et de la Marque

Le projet associatif c'est :

La Carte d'identité qui permet de comprendre l'association, il définit :

- Les objectifs

- Le rôle et la place dans l'environnement (utilité)

- La stratégie (rayonnement) …

Méthode suivie :

Rencontre des salariés, du CA et des partenaires (Conseil régional, CG, Ipamac, etc..)

Consultation du réseau à travers un sondage (conçu par les membre du réseau) et des rencontres terrain

Tout ce travail à permis de :

I/ Dresser un diagnostic dont voici la synthèse :

- Importance maillage territoire
- Constat sur le territoire très vaste
- Flou sur mission entre Parc et CET
- Innovant et précurseur en animation de réseau
- Rôle institutionnel de CET mais manque de moyens
- CET c'est jamais fini… C'est un peu « Monsieur Plus »
- CET un pilier environnemental
- Ambiguïté économique
- Manque de clarté sur place via à vis acteurs du tourisme et des institutionnels
- Association très organisée, peut-être trop
- Conscience du virage à prendre
- Côté démocratique : trop de débats ? Travail de fond. Parfois nécessité de prendre décisions un peu dans la douleur
- Des attentes très différentes :
    - Esprit puriste et militant pas de besoin vitaux amortis
    - Modèle de vie et économique avec investissement
    - Adhésion pour éthique- reconnaissance
    - Attente lobbying : garant de ce qui se fait dans l'écotourisme / gardiens
- 3 axes d'actions pas toujours développés équitablement :
    - pour les adhérents
    - pour les clients

- pour les partenaires

- CET un outil au service de ses adhérents : association appartient aux adhérents. On y rentre pour y apporter quelquechose

II/ Dégager les grandes valeurs, le socle commun :

Partager :
Accueillir : Humain au cœur du DD. Pour tous
Préserver : modèle éco durable (activité pérenne, durable dans le temps)

L'éthique de l'association rédigée dans le projet associatif sera articulée autour de ces valeurs. Cette philosophie commune est la clé de voûte de l'association et de l'engagement de ses membres.

III/ Lister les enjeux et proposer des pistes d'actions en lien

Nous allons illustré les pistes d'actions pour qu'elles soient concrètes selon leurs destinataires : pour les adhérents, pour les clientèle, pour les partenaires, ou pour l'association en interne.

Pistes d'actions	Pour les adhérents	Asso	clients	Partenaires
Educ tour	- Connaissance entre nous - Eductour pour les adhérents de CET dans d'autres territoires	- Organisation d'éduc tour par CET en Cévennes	Meilleure connaissance pour transmettre à nos clients les autres offres écotouristique	Invitation de voyage de presse
Statuts de l'association	Accueil de nouveaux Adhérents hors activité touristique	Changement des statuts	Avoir une offre plus large	Mailler le territoire
Recherche de nouveaux financements	De nouveaux projets Des aides aux investissements	Lecture des grilles et champs éligibles / Mobilisation d'autres FSE - Aide par membre CA		
Communication	- Organisation de co événements : culturels/ exposition qui tourne - Création d'un Forum - Organisation de mini événementiels par vallée ou participation à l'existant/secteur ….	- Mise en place de procédure en cas de plainte … - commission communication	- Relation presse/journalistes - bien expliquer différence de niveaux de qualité. - Réaliser une enquête auprès des clientèles	- News partenaires - Mise à disposition de ressources - rencontre autour écotourisme : événementiels - Développer partenaires avec OTSI pour événements
Valeurs	S'engager à respecter l'éthique des valeurs	Label CET		
Développement savoir faire		Se positionner dans « le + environnemental » pour les Labels – se rapprocher de Gîte		Lobby pour être incontournables et valoriser nos savoirs faire,

		de France pour mener les audits Panda		CET doit devenir un réflexe. Rappeler que l'on existe
	Ouverture collège artisans Cluster..			
Lever les ambiguïtés par rapport Parc		- Rajouter 15-20% d'autofinancement grâce à d'autres 'modules '		Communication plus lisible sur les missions

A l'issue des arbitrages sur le s actions à développer

Veiller au cadre juridique		- TVA /fiscalité / agrément - deuxième entité juridique pour certaines actions		

Nous n'avons pas le temps d'aller plus loin
David Coste confirme que les pistes de développement sont grandes
- Amélioration des partenariats
- Ouvrir l'association pour contribuer à l'émergence d'un cluster écotourisme en Cévennes
- Développer une mission d'ingénierie qui a du sens : porter cette parole à l'extérieur.
- Proposer des produits qui ont du sens

A présent il faut :
- faire confiance à un petit groupe de travail et à l'équipe pour maintenant proposer la voie/ prendre des risques
- rédiger le projet associatif rapidement et synthétiquement…
- avancer concrètement et être proactifs
- Etre forts pour porter les valeurs et les étendre

Il conclut en disant qu'il faut être une association opportuniste dans son éthique, savoir prioriser et agir, **avoir un rôle proactif.**

Virginie précise que l'ensemble des pistes d'actions envisagées ne doivent pas se faire au détriment de l'accompagnement proposé aux adhérents actuellement, qui reste l'axe principal de l'association.

Le CA et la commission projet associatif sont chargés de rédiger le projet associatif avec les éléments recueillis et de prendre les décisions importantes.

C'est-à-dire :

1/ Ecrire les valeurs de l'association socle de l'engagement de l'ensemble des adhérents présents et à venir

2/ Déterminer le fonctionnement en lien (gouvernance, équipe, ouverture, modification des statuts.)

3/ Faire les arbitrages sur la stratégie 2015-2020 et le plan d'actions correspondant